

БУЛАТОВА Э. В.

РОЛЬ ВИЗУАЛЬНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ В СОЗДАНИИ ОБРАЗА ВОДЫ В ЖУРНАЛАХ «РУССКИЙ РЕПОРТЕР» И «ЭКСПЕРТ ONLINE»

В статье рассматривается специфика создания образа воды в креолизированных публикациях федеральной прессы — в изданиях «Эксперт online» и «Русский репортер». Определяются ведущий тип креолизации материалов, тематика и текстовые позиции визуальных элементов, их смысловая и тональная функции.

Ключевые слова: вода, образ воды, креолизированный текст, визуальные компоненты медиатекста, тональность медиатекста.

Bulatova E. V.

The role of visual components in creating of an image of water in media texts

The specifics of creating an image of water in creolized publications of the Federal press — in the editions of «Expert» and «Russian reporter» is considered in the article. The leading type of text creolization, themes and text positions of visual elements, their semantic and tonal functions are determined.

Keywords: water, water image, creolized text, the visual components of media text, the tone of the media text.

Согласно Словарю русского языка, слово «вода» является многозначным, это «1) прозрачная, бесцветная жидкость, образующая ручьи, реки, озера, моря и представляющая собой химическое соединение водорода с кислородом. || С определением. Напиток или водный раствор какого-л. вещества, применяемый для утоления жажды, а также в лечебных или иных целях. Газированная вода. || Перен. Пустые, бессодержательные фразы, многословие при бедности содержания. 2) Минеральные источники. 3) Обычно мн. ч. Водная масса реки, озера, моря. || Водные пространства, участки морей, озер, рек. Территориальные воды. 4) Водным путем. Доставка леса водой. 5) Чистота окраски, блеска, прозрачности драгоценного камня. 6) То же, что околплодные воды [3, с. 91]. Большое количество значений демонстрирует значимость данного слова и стоящего за ним явления для общества. Роль воды трудно переоценить: ее называют источником жизни на Земле. Вопросы водопользования, являющиеся важнейшими для человечества, находят отражение в средствах массовой коммуникации. СМИ формируют «водную» картину мира, создают специфический образ воды с помощью вербальных и визуальных средств.

Объектом нашего исследования стали публикации журналов «Русский репортер» и «Эксперт online» за период с 2003 по 2017 год, содержащие ядерный текстовый концепт «вода» (о типах текстовых и дискурсивных концептов [см.: 1]). Всего был рассмотрен 41 материал. Выборка осуществлялась по релевантности: для анализа привлекались только те публикации, в которых слово «вода» (в значениях 1–4) или слова, в понятийное содержание которых входит

сема «вода» («водоносный» (пласт), «водоочистительный», «водопровод», «водораздел», «опреснитель» и др.), являлись частью главной мысли автора.

Подавляющее большинство рассмотренных сообщений (33 публикации — 80,5 %) являются креолизованными, то есть составленными из знаков разных семиотических систем — вербальной и визуальной. Только 8 публикаций (19,5 %) не содержат визуальные составляющие. Среди креолизованных сообщений 32 публикации (97 %) — дискретные вербально-центрические тексты, то есть тексты, в которых вербальная и визуальная части относительно самостоятельны и основную смысловую нагрузку несет вербальный компонент; один материал (3 %) представляет собой интегративный креолизованный текст (с неразрывной связью разнокодовых элементов), содержащий инфографику.

В большинстве публикаций визуальные компоненты — единичные фотографии или рисунки — занимают сильную позицию текста, размещаются под заголовком и предваряют вербальную часть материала. В нескольких публикациях содержится также второе фото или инфографика.

Наиболее часто в фотографическом визуальном компоненте креолизованных публикаций представлена вода: природная (реки, озера, моря), бутилированная, бегущая из труб, разлившаяся в наводнение — 46 % публикаций. Довольно часто изображены люди: руководители органов, регулирующих водопользование; руководители компаний, продающих воду; авторы публикаций; туристы, сплавающиеся по рекам и т. д. — 24 % текстов. Кроме того, представлены технические сооружения, связанные с водопользованием (опреснительные установки, узлы водопроводов и др.), — 12 % публикаций; диаграммы, представляющие данные о водопользовании, — 6 %; городские виды — 6 %; безводная, высохшая земля — 3 %; сказочные персонажи — 3 %.

В силу дискретного вербально-центрического характера креолизации большинства публикаций смысловая роль изображений в создании образа воды вторична. Вместе с тем фотографии в ряде случаев выполняют эмоциогенную функцию, являются важным средством создания тональности (о смысловых и тональных функциях визуальных знаков [см.: 2]). Так, возвышенную, позитивную тональность создают изображения красивых рек и озер (Демидова Е. Водораздел — дело тонкое // Эксперт online. 2013. <http://expert.ru/siberia/2013/24/vodorazdel—delo-tonkoe/> (дата обращения 19.01.2018)), городских улиц и каналов (Мануков С. Смерть Венеции // Эксперт online. 2015. URL: <http://expert.ru/2015/05/16/smert-venetsii/> (дата обращения 19.01.2018)), улыбающихся людей (Козлов В., Чумичёв А. Как научить партнеров продавать вашу воду // Эксперт online. 2016. <http://expert.ru/south/2016/10/kak-nauchit-partnyorov-prodavat-vashu-vodu/> (дата обращения 19.01.2018)), праздничных украшений (Пушкарская Л. И у воды должен быть праздник // Эксперт online. 2017. http://expert.ru/russian_reporter/2017/20/i-u-vodyi-dolzhen-byit-prazdnik/ (дата обращения 19.01.2018)). И, наоборот, тревожное настроение рождает фотографии, на которых представлены сброс сточных вод в водоем (Данилова Д. Мертвая вода // Эксперт online. 2016. http://expert.ru/russian_reporter/2016/10/mertvaya-voda/ (дата обращения 19.01.2018)), отсутствие благоустройства мест

забора воды (Мануков С. Беда с подземной водой // Эксперт online. 2015. <http://expert.ru/2015/06/17/beda-s-podzemnoj-vodoj/> (дата обращения 19.01.2018)), последствия засухи (Носырев И. Глоток воды для Китая // Эксперт online. 2014. <http://expert.ru/2014/06/27/glotok-vodyi-dlya-kitaya/> (дата обращения 19.01.2018)), наводнения (Елистратова Т. Большая вода // Эксперт online. 2014. <http://expert.ru/siberia/2015/04/bolshaya-voda/> (дата обращения 19.01.2018)) и др. Однако в ряде случаев ироничная трансформация визуального ряда с помощью преобразования советских плакатов (Ученые выяснили, что чрезмерное потребление воды опасно для здоровья // Эксперт online. 2015. <http://expert.ru/2015/07/7/gubit-lyudej-ne-pivoi/> (дата обращения 19.01.2018)) и использования персонажей советских мультфильмов (Воды сточные — денег источник // Эксперт Северо-Запад. 2008. № 5) способствует снижению уровня тревожности читателя при ознакомлении с шокирующими материалами, содержащими в первом случае информацию о смерти спортсменов из-за чрезмерного потребления воды во время физической активности, во втором — информации о введении в Клайпеде налога на атмосферные осадки.

Как уже было отмечено выше, фотографии размещаются, как правило, в сильной текстовой позиции — непосредственно под заголовком, и данные выделенные элементы формируют первое представление читателя о тексте, продуцируют гипотезу о содержании публикации. При этом тональность иллюстраций может как гармонизировать, так и диссонировать с тональностью заголовка материала, а также с тональностью его основной части.

Чаше всего можно наблюдать единое тональное поле публикации. Например, яркое фото праздничных украшений в материале «И у воды должен быть праздник» (Пушкарская Л. И у воды должен быть праздник // Эксперт online. 2017. http://expert.ru/russian_reporter/2017/20/i-u-vodyi-dolzhen-byit-prazdnik/ (дата обращения 19.01.2018)) соответствует основному содержанию и тональности публикации; статью «Мертвая вода» (Данилова Д. Мертвая вода // Эксперт online. 2016. http://expert.ru/russian_reporter/2016/10/mertvaya-voda/ (дата обращения 19.01.2018)) предваряет мрачное фото, визуализирующее безрадостную картину слива отходов в водоем; представление персонажей мультфильма про Винни Пуха в необычной ситуации в заметке «Воды сточные — денег источник» (Воды сточные — денег источник // Эксперт Северо-Запад. 2008. № 5) подчеркивает ироничную тональность материала.

Вместе с тем в ряде случаев тональность фото отличается от тональности заголовка и основной части, что создает разноплановое тональное поле публикации. Такое построение текста вызывается разными причинами и рождает различные эффекты в диапазоне от выразительных приемов до погрешностей. Примером создания выразительного приема может служить фото байкальской воды, контрастирующее с заголовком материала «Байкал: Монголия наносит удар» (Кичанов М. Байкал: Монголия наносит удар // Эксперт online. 2016. <http://expert.ru/siberia/2016/08/mongoliya-nanosit-udar/> (дата обращения 19.01.2018)). «Удар» — эмоционально-оценочное негативно окрашенное слово, имеющее значение «стремительное нападение, внезапная и решительная

атака» [5, с. 463], а «нападение», в свою очередь, это «быстрое, стремительное действие, предпринятое против кого-, чего-либо с целью захвата, нанесения урона, ущерба и т. п.» [4, с. 376]. Фото призвано подчеркнуть хрупкость уникального уголка природы, который необходимо сохранить от «ударов» хозяйственной деятельности. Примером создания неоднозначного тонального плана публикации может служить фото молодой улыбающейся женщины в публикации «Ученые выяснили, что чрезмерное потребление воды опасно для здоровья» (Ученые выяснили, что чрезмерное потребление воды опасно для здоровья // Эксперт online. 2015. <http://expert.ru/2015/07/7/gubit-lyudej-ne-pivoi/> (дата обращения 19.01.2018)), не соответствующее содержанию и тональности материала. Помимо отмеченной выше установки автора на ироничную подачу визуального звена, в данном случае, возможно, имеет место непродуманность иллюстративного ряда. Как известно, в нерепортажных материалах иллюстрации часто подбираются из банка близких по тематике. И правильный подбор фото — важная задача.

ЛИТЕРАТУРА

1. Булатова Э. В. Когнитивно-дискурсивный анализ концепта «Русские» в медиакommunikации // Когнитивные исследования языка. Вып. XXX: Когнитивная лингвистика в антропоцентрической парадигме исследований. Москва, 2017. С. 529–532.
2. Булатова Э. В. Смысловые и тональные визуальные знаки в креолизованном медиатексте // Изв. Уральского федерал. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2014. № 2 (126). С. 20–29.
3. Словарь русского языка: в 4 т. Москва, 1981–1984. Т. 1. А–Й. 1981.
4. Словарь русского языка: в 4 т. Москва, 1981–1984. Т. 2. К–О. 1983.
5. Словарь русского языка: в 4 т. Москва, 1981–1984. Т. 4. С–Я. 1984.